

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT II SUNGAI PAKNING
DALAM MENCIPTAKAN CITRA POSITIF DI KALANGAN
MASYARAKAT DESA SUKAJADI KECAMATAN BUKIT
BATU KABUPATEN BENGKALIS**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Pada
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



DI SUSUN OLEH :

BAMBANG SUTEJO

NIM : 10643004176

**PROGAM S.1
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM**

**RIA U
2010**

ABSTRAK

**JUDUL : IMPLEMENTASI PROGAM CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PT. PERTAMINA
(PERSERO) REFINERY UNIT**

**II SUNGAI PAKNING DALAM MENCIPTAKAN CITRA POSITIF DI KALANGAN MASYARAKAT DESA
SUKAJADI KECAMATAN**

BUKIT BATU KABUPATEN BENGKALIS

Substansi masalah pada penelitian ini adalah dikarenakan dalam melaksanakan tugas pokok, Pertamina Kilang Production BBM RU II Sungai Pakning mempunyai komitmen untuk tumbuh dan berkembang bersama masyarakat. Komitmen tersebut tercermin dalam bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan dan badan-badan yang ada diperusahaan. Pengimplementasian program CSR yang dilakukan oleh PT.Pertamina RU II tidak hanya untuk sekedar meraih citra semata, namun program yang dilakukan PT.Pertamina RU II dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan dapat meningkatkan taraf kehidupan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara implementasi progam CSR PT Pertamina RU II dengan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Populasi dalam penelitian ini adalah 2 orang staff Hupmas PT.Pertamina RU II dan Masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu yang jumlahnya 30 orang dari jumlah penduduk Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu yang merasakan progam CSR PT.Pertamina Persero RU II Sungai Pakning.

Untuk mengetahui hubungan antara implementasi progam CSR PT Pertamina RU II dengan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu penulis menggunakan metode korelasional. Selanjutnya untuk menentukan hubungan antara implementasi progam CSR PT Pertamina RU II dengan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi penulis menggunakan teori Yusuf Wibisono (2007) yang menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program Corporate Social Responsibility, salah satunya yaitu mampu mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang cukup signifikan antara implementasi progam CSR PT. Pertamina (persero) RU II Sungai Pakning terhadap citra perusahaan. Kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah PT.Pertamina (Persero) RU II telah mengimplementasikan progam CSR secara maksimal di kalangan masyarakat Desa Sukajadi.

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan.....	i
Abstrak.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul	5
C. Penegasan Istilah	5
D. Batasan Masalah	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
G. Kerangka Teori	8
1. Implementasi	8
2. Corporate Social Responsibility (CSR)	10
a.CSR Pertamina.....	13
b.Misi CSR Pertamina	14
c.Tujuan CSR Pertamina	14
d.Kriteria yang CSR yang telah ditetapkan	14
3. Proses Pembentukan Citra	15
4. Citra Perusahaan	17
5. Keuntungan Melakukan Program CSR	20
H. Konsep Operasional	24
I. Metodologi Penelitian	27

1. Metodologi penelitian	27
2. Lokasi Penelitian	27
3. Subjek dan objek Penelitian.....	28
4. Populasi dan Sampel Penelitian	28
5. Teknik Pengumpulan Data	29
6. Teknik Analisis Data	30
I. Sistematika Penulisan	30
BAB II GAMBARAN UMUM	32
A. Sejarah Pengembangan Kilang.....	32
1. Sejarah Singkat Pertamina	33
2. Jumlah Karyawan PT.Pertamina	34
3. Kegiatan Sosial Kemasyarakatan	34
4. Visi dan Misi PT.Pertamina	37
5. Struktur Organisasi Pertamina	39
B. Sejarah Singkat Desa Sukajadi	40
C. Kondisi Penduduk Desa Sukajdi	41
D. Agama dan Sosial Budaya	42
1. Agama	42
2. Sosial dan Budaya	43
BAB III PENYAJIAN DATA	44
A. Data Demografis Responden.....	46
B. Implementasi Progam CSR PT. Pertamina RU II	
Sungai Pakning	49
C. Citra Perusahaan Setelah Di Implementasikan Progam CSR	60
BAB IV ANALISIS DATA	75
A. Analisa korelasi tentang implementasi progam CSR PT Pertamina	
RU II dengan citra positif perusahaan	75

B. Implementasi Progam CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning	78
C. Citra PT. Pertamina RU II di Kalangan Masyarakat Desa Sukajadi	79
D. Rumusan Kajian	80
 BAB V PENUTUP	 82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82

Daftar Kepustakaan

Lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.(Hary Wahyudy Utama,2007)

Sebagaimana hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (Earth Summit) di Rio de Janeiro Brazilia 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (economic growth) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (sustainable development). Dalam perspektif perusahaan, di mana keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis, berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing stakeholders. Ada lima elemen sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting, di antaranya adalah ; (1) ketersediaan dana, (2) misi lingkungan (3) tanggung jawab sosial, (4) terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah), (5) mempunyai nilai keuntungan (Idris, 2005).

Berbagai peristiwa negatif yang menimpa sejumlah perusahaan, terutama setelah reformasi, seharusnya menjadi pelajaran berharga bagi para pemilik dan manajemen perusahaan untuk memberikan perhatian dan tanggung jawab yang

lebih baik kepada masyarakat, khususnya di sekitar lokasi perusahaan. Sebab kelangsungan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh tingkat keuntungan, tapi juga tanggung jawab sosial perusahaan. Apa yang terjadi ketika banyak perusahaan didemo, dihujat, bahkan dirusak oleh masyarakat sekitar lokasi pabrik.

Bila ditelusuri, boleh jadi salah satu penyebabnya adalah kurangnya perhatian dan tanggung jawab manajemen dan pemilik perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan di sekitar lokasi perusahaan. Investor hanya mengeduk dan mengeksploitasi sumber daya alam yang ada di daerah tersebut, tanpa memperhatikan faktor lingkungan. Selain itu, nyaris sedikit atau bahkan tidak ada keuntungan perusahaan yang dikembalikan kepada masyarakat. Justru yang banyak terjadi, masyarakat malah termarginalkan di daerah sendiri. (Divisi Komunikasi)

Oleh karena itu kalau perusahaan ingin selamat, maka perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan lingkungan dan masyarakat sekitarnya atau mengutip perkataan dari Noke Kiroyan, Ketua Indonesia Bussiness Link (IBL), bahwa "kini , modal utama bagi dunia usaha bukan hanya uang, tetapi juga hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat." Hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tentu akan dapat terwujud jika masyarakat dan lingkungan memiliki citra yang positif mengenai perusahaan yang bersangkutan (Jacky Ambadar, 2008:37)

Salah satu ciri perusahaan kelas dunia menurut kriteria Maicolm Baldrigde yang menjadi acuan Pertamina dalam meningkatkan kualitas manajemen perusahaan adalah warga perusahaan yang baik (god corporate

citizenship). CSR adalah manifestasi dari sebuah warga perusahaan yang bertanggung jawab. Selain menjadi ciri warga yang baik, CSR merupakan bagian dari strategi perusahaan dan kebijakan bisnis perusahaan untuk meningkatkan citranya dihadapan masyarakat. Hal ini dikarenakan CSR memberikan manfaat kepada masyarakat dalam hal pemberdayaan masyarakat. (Mudrajat Kuncoro,2009)

Sebagai sebuah BUMN, Pertamina memiliki kewajiban melekat untuk membantu usaha kecil. Misalnya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) disebutkan, bahwa maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya mengejar keuntungan. menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak, menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi, turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat. Dari semangat maksud dan tujuan pendirian BUMN lahir program pemberdayaan usaha kecil, koperasi. Program Kemitraan menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007-- program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. (Warta Pertamina. 2004. CSR sebagai Strategi Bisnis)

Pertamina RU II Sungai Pakning bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang harmonis dengan lingkungan di sekitar daerah

operasinya serta bekerja sama dengan Pemerintah untuk memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat kecamatan Bukit Batu dan kecamatan sekitar wilayah PT Pertamina RU II. Pertamina memiliki komitmen untuk melaksanakan tanggung jawab perusahaan di bidang sosial serta lingkungan sesuai dengan prinsip pengembangan lingkungan yang berkelanjutan. (Warta Pertamina. 2004. CSR sebagai Strategi Bisnis).

Pertamina Kilang Production BBM RU II Sungai Pakning mempunyai tugas pokok untuk mengolah minyak mentah (crude) menjadi beberapa jenis BBM yang merupakan salah satu pemasok BBM ke untuk kebutuhan Propinsi Riau, serta produk Napta dan LSWR diekspor dan dikirim ke RU II Dumai.

Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut Pertamina Kilang Production BBM RU II Sungai Pakning mempunyai komitmen untuk tumbuh dan berkembang bersama masyarakat. Komitmen tersebut tercermin dalam bentuk kegiatan yang dilaksanakan perusahaan dan badan-badan yang ada diperusahaan. Pelaksanaan progam yang dilakukan oleh PT.Pertamina RU II tidak hanya untuk sekedar meraih citra semata, namun progam yang dilaksanakan PT.Pertamina RU II dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan dapat meningkatkan taraf kehidupan ekonomi masyarakat. Sehingga PT.Pertamina RU II memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat Desa Sukajadi. Tujuan penulisan ini adalah untuk membuat konsep CSR yang efektif dan efisien untuk diaplikasikan oleh perusahaan. Dengan mengumpulkan literatur dari berbagai sumber yang sangat relevan di bidangnya, diharapkan tulisan ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya praktisi dan peminat studi Public Relations (PR).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik ntuk melakukan rencana penelitian ini dengan judul **“Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning Dalam Menciptakan Citra Positif Di Kalangan Masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis”**

B. Alasan memilih judul

Adapun alasan penulis memilih judul ini adalah:

1. Untuk melihat program CSR yang diimplementasikan PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif.
2. Bagaimana penilaian masyarakat terhadap citra positif perusahaan setelah pelaksanaan progam CSR oleh PT Pertamina RU II Sungai Pakning .
3. Masalah ini sesuai dengan kemampuan penulis baik dari segi finansial, waktu, serta buku pendukung yang dijadikan referensi.

C. Penegasan istilah

1. Implementasi

Dalam kamus Webster (Solichin Abdul Wahab, 1997:64) pengertian implementasi dirumuskan secara pendek, dimana *“to implementasi”* (mengimplementasikan) berarti *“to provide means for carrying out; to give practical effec to”* (menyajikan alat bantu untuk melaksanakan; menimbulkan dampak/berakibat sesuatu).

2. Program

Menurut Frank Jefkins “Program kerja yaitu terdiri dari semua bentuk kegiatan perencanaan komunikasi baik kegiatan kedalam maupun keluar antara organisasi dan public yang tujuannya untuk saling mencapai pengertian.” (Ruslan,2003;132)

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi (Warta Pertamina, 2004).

4. Citra

Citra menurut bill canton dalam soleh soemirat (2002 :111) mengatakan bahwa citra adalah ”image : the impression, the feeling, the conceptions which the public has of a company ; a cociously created impression of an object person of organizations (citra adalah kesan, perasaan, gambaran, diri publik terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi).

5. Citra Positif

“Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Sikap dan tindakan orang terhadap objek sangat ditentukan oleh citra objek tersebut.” Dari pendapat tersebut menunjukkan

bahwa, sikap dan perilaku pelanggan terhadap perusahaan dapat dipengaruhi oleh citra perusahaan tersebut dimata pelanggan. semakin baik citra perusahaan, maka pelanggan akan bersikap dan berperilaku positif terhadap perusahaan. (Kotler, 2000 : 208)

D. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak terlalu luas, maka penulis perlu memberikan batasan. Disini penulis hanya meneliti tentang Implementasi Program CSR PT Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif di kalangan masyarakat Desa Sukajadi. Didalam penelitian ini penulis hanya mengukur implementasi dari program kemitraan saja.

E. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan implementasi program CSR PT.Pertamina Persero RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu?

F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara implementasi program CSR PT. Pertamina RU II dengan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.

2. Kegunaan Penelitian

- a) Secara Teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi, khususnya Public Relations
- b) Secara Praktis, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi perusahaan lain. Yang memiliki humas atau PR sehingga dapat membantu memberikan arahan
- c) Secara Akademis, penelitian ini bisa memberikan referensi dan bahan acuan untuk diskusi. Tentang gambaran menciptakan citra didalam suatu perusahaan/instansi/organisasi.

G. Kerangka Teoritis

Agar permasalahan dalam penelitian ini mudah dipahami, maka diperlukan tinjauan menurut para ahli yang berkenaan dengan penelitian yang diteliti, pembahasan kerangka teoritis ini bertujuan untuk memaparkan atau menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan permasalahan dalam penelitian.

1. Implementasi

Implementasi dalam kamus besar bahasa indonesia diartikan dengan penerapan atau pelaksanaan, penerapan merupakan kemampuan menggunakan materi yang telah dipelajari kedalam situasi kongret atau nyata. Majone dan Wildavski (1979) mengemukakan implementsi sebagai penilaian, Browne dan Wildavski (1983) juga mengemukakan bahwa implementasi adalah perluasan aktifitas yang saling menyesuaikan. Pengertian-pengertian ini memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan atau

mekanisme suatu sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa implementasi bukan sekedar aktivitas tetapi juga kegiatan dan terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan (Codot,2009)

Dalam kamus Webster (Solichin Abdul Wahab, 1997:64) pengertian implementasi dirumuskan secara pendek, dimana "*to implementasi*" (mengimplementasikan) berarti "*to provide means for carrying out; to give practical effec to*" (menyajikan alat bantu untuk melaksanakan; menimbulkan dampak/berakibat sesuatu).

Pengertian yang sangat sederhana tentang implementasi adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Charles O. Jones (1991), dimana implementasi diartikan sebagai "*getting the job done*" dan "*doing it*". Tetapi di balik kesederhanaan rumusan yang demikian berarti bahwa implementasi kebijakan merupakan suatu proses kebijakan yang dapat dilakukan dengan mudah. Namun pelaksanaannya, menurut Jonse, menuntut adanya syarat yang antara lain: adanya orang atau pelaksana, uang dan kemampuan organisasi atau yang sering disebut dengan resources, Lebih lanjut Jones merumuskan batasan implementasi sebagai proses penerimaan sumber daya tambahan, sehingga dapat mempertimbangkan apa yang harus dilakukan.

Ahli lain, Brian W. Hogwood dan Lewis A. Guum (wahab, 1997:36) mengemukakan sejumlah tahap implementasi sebagai berikut:

Tahap I, terdiri atas kegiatan-kegiatan :

- a) Menggambarkan rencana suatu progam dengan penetapan tujuan secara jelas.

- b) Menentukan standar pelaksanaan.
- c) Menentukan biaya yang akan digunakan beserta waktu pelaksanaan.

Tahap II, Merupakan pelaksanaan program dengan mendayagunakan struktur staf, sumber daya, prosedur, biaya, serta metode.

Tahap III, merupakan kegiatan-kegiatan:

- a) Menentukan jadwal
- b) Melakukan pementauan.
- c) Mengadakan pengawasan untuk menjamin kelancaran pelaksanaan program. Dengan demikian jika terdapat penyimpangan atau pelanggaran dapat diambil tindakan yang sesuai, dengan segera.

2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi CSR menurut World Business Council on Sustainable Development adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain, CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi (Warta Pertamina, 2004).

Sedangkan Petkoski dan Twose (2003) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperan untuk mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara

yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan. Di dalam Green Paper Komisi Masyarakat Eropa 2001 dinyatakan bahwa kebanyakan definisi tanggungjawab sosial korporat menunjukkan sebuah konsep tentang pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para stakeholder-nya. Ini setidaknya ada dua hal yang terkait dengan tanggungjawab sosial korporat itu yakni pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela (Irianta, 2004).

Dalam prinsip responsibility, penekanan yang signifikan diberikan pada kepentingan stakeholders perusahaan. Di sini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders perusahaan, menciptakan nilai tambah (value added) dari produk dan jasa bagi stakeholders perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya. Sedangkan stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar, dan pemerintah sebagai regulator. CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah

menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Idris, 2005).

Perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi bagus, umumnya menikmati enam hal. Pertama, hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat. Kedua, hubungan positif dengan pemerintah setempat. Ketiga, resiko krisis yang lebih kecil. Keempat, rasa kebanggaan dalam organisasi dan di antara khalayak sasaran. Kelima, saling pengertian antara khalayak sasaran, baik internal maupun eksternal. Dan terakhir, meningkatkan kesetiaan para staf perusahaan (Anggoro, 2002).

Di Indonesia, penerapan CSR sudah cukup menggembirakan. Banyak perusahaan melakukan amal baik dengan menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. termasuk juga perusahaan yang berjalan dibidang pengolahan minyak bumi. yaitu PT.Pertamina (Persero) Revinery unit II sungai pakning yang merupakan bagian dari kilang RU II Dumai ini juga menggunakan Progam CSR untuk mewujudkan visi misi dari kilang RU II tersebut. Progam yang dilaksanakan oleh PT pertamina adalah sesuai dengan keputusan menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : 236/MBU/2003 tanggal 17 juni 2003, tentang progam kemitraan dan bina lingkungan.

a). CSR Pertamina

Komitmen pertamina untuk CSR dilakukan sejak pertamina berdiri sehingga pertamina tidak bisa dipisahkan dengan kegiatan CSR. Jauh sebelum pemerintah mengeluarkan UU PT Pasal 74 yang antara lain menyatakan

“perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan SDA wajib melaksanakan tanggung jawab social lingkungan”. Besarnya komitmen Pertamina akan masalah CSR ini implementasinya sudah dituangkan dalam SP Direktur Utama Desember 2006 tentang Komite CSR Pertamina, yang diketuai oleh General Manajer (GM). Sedangkan untuk program CSR melibatkan manajer umum, kepala bagian Hupmas, Bazma, BDI, PWP. Dan untuk bidang keuangan melibatkan manajer keuangan dan kepala program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL). (Mudrajad Kuncoro, 2009)

Program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) yang sebelumnya disebut pembinaan usaha kecil dan koperasi (PUKK) berdasarkan SK Meneg BUMN No.kep-236/MBU/2003, tanggal 17 Juni 2003, yang selanjutnya direvisi oleh peraturan Meneg BUMN No.Per-05/MBU/2007, Tanggal 27 April 2007. dengan tetap berada dibawah direktorat keuangan, berfungsi untuk membantu pinjaman usaha dengan bunga ringan bagi usaha kecil dan koperasi sebagai dana bergulir (revolving fund). Selain itu juga memberikan bantuan hibah untuk pelatihan dan pemasaran dengan memanfaatkan dana sebesar maksimal 20 persen dari keuntungan bersih perusahaan untuk program kemitraan dan dana sebesar 2 persen dari keuntungan bersih perusahaan untuk program bina lingkungan. (Mudrajad Kuncoro, 2009)

b) Misi CSR Pertamina

- 1) Mengimplementasikan komitmen perusahaan terhadap CSR untuk memberikan nilai tambah bagi stakeholders dalam upaya mendukung kemajuan perusahaan.

- 2) Mewujudkan kepedulian sosial PT Pertamina (Persero) dan kontribusi perusahaan terhadap pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.

c) Tujuan CSR Pertamina

- 1) Membangun hubungan yang harmonis dan menciptakan kondisi yang kondusif untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
- 2) Memberikan kontribusi dalam memecahkan permasalahan sosial.
- 3) Meningkatkan nilai dan budaya perusahaan yang terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan.
- 4) Bagian dari upaya membangun citra dan reputasi perusahaan.(Warta Pertamina)

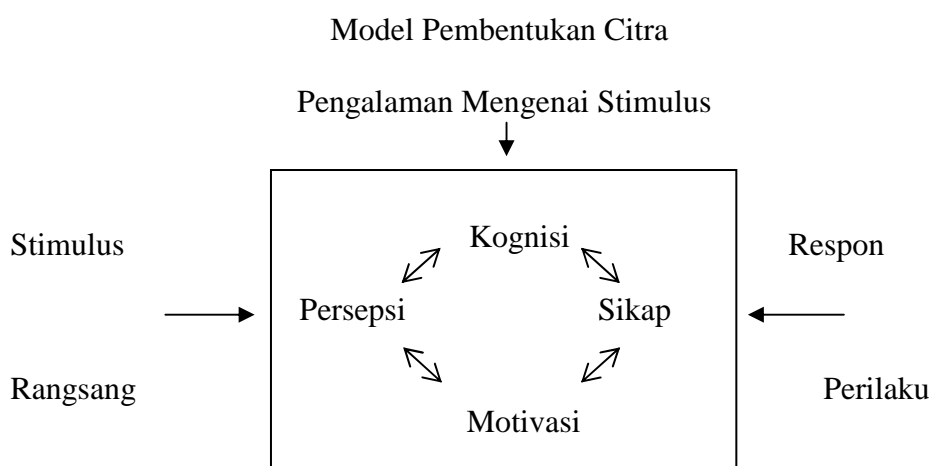
d) Program CSR Pertamina memiliki beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan masyarakat. Program CSR disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih luas.
- 2) Inovasi dan spesifik. Program ditujukan sesuai dengan isu sosial yang spesifik dan dilakukan dengan pendekatan yang inovatif
- 3) Potensial. Dalam jangka panjang, secara potensial akan dapat mengatasi isu-isu sosial
- 4) Strategis. Program secara strategis ditujukan untuk mengantisipasi masalah sosial dan akan mempertegas pencapaian tujuan.
- 5) Kemitraan. Perencanaan program serta implementasinya dapat bermitra dengan pemerintah, LSM, dan perguruan tinggi.

3. Proses Pembentukan Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dan sikapnya terhadap objek tersebut. Solomon dalam Rakhmat, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. efek kognitif dan komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh Jhon S. Nimpoeneo, dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang di kutip Danasaputra, sebagai berikut :



(Sumber : *Dasar-Dasar Public Relations*, 2004; 115)

Public relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

”Proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representations (citra) dari stimulus” (Nimpoeno, dalam Danasaputra, 1995:36)

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak.

Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal tersebut menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dan individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kondisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, bersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan *untuk* berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah *orang* harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan.

Pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga dibenak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan atau suatu organisasi dapat mengetahui secara pasti *sifat* publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya.

4. Citra Perusahaan

Citra perusahaan berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, seperti sejarahnya, pelayanan yang prima keberhasilan dalam bidang marketing, tanggung jawab sosial, dan lain sebagainya. Dalam hal ini publik relations berupaya atau bahkan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan, agar mampu mempengaruhi harga

sahamnya tetap bernilai tinggi untuk bersaing di pasar bursa saham (Ruslan, 2005:77)

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

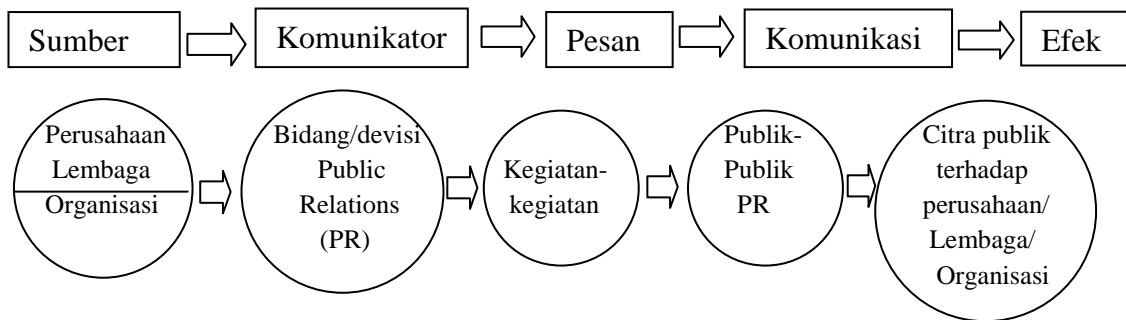
Frank Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (image). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

- a) Citra bayangan (mirror image). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
- b) Citra yang berlaku (current image). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c) Citra yang diharapkan (wish image). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- d) Citra perusahaan (corporate image). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e) Citra majemuk (multiple image). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat

memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Berikut ini adalah bagan dari orintasi public relations, yakni image building (membangun citra), dapat dilihat sebagai model komunikasi dalam public relations.

MODEL KOMUNIKASI DALAM PULIC RELATIONS



(Pembuat Model: Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto)

Soemirat dan Ardianto (2004) menjelaskan efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Public Relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Berikut ini adalah bagan dari orientasi PR, yakni image building (membangun citra) sebagai model komunikasi dalam PR yang dibuat oleh Soemirat dan Ardianto:

Efektivitas PR di dalam pembentukan citra (nyata, cermin dan aneka ragam) organisasi, erat kaitannya dengan kemampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi (job design, reward system, komunikasi dan pengambilan keputusan) dan manajemen waktu/perubahan dalam mengelola sumberdaya (materi, modal dan SDM) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang. Hal ini tentunya erat dengan penguasaan identitas diri yang mencakup aspek fisik, personil, kultur, hubungan organisasi dengan pihak pengguna, respons dan mentalitas pengguna (Hubeis, 2001).

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seharusnya “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya”, karena hal itu justru dapat mengacaukannya (Anggoro, 2002).

4. Keuntungan Melakukan Program Corporate Social Responsibility

Philip Kotler dan Nancy Lee mengatakan bahwa CSR memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang

telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi diwilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis. (Kotler dan Nancy,2005)

Dalam buku, “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”, Yusuf Wibisono (2007) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program Corporate Social Responsibility, yaitu:

- a) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan
Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

- b) Layak Mendapatkan Sosial Licence To Operate

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

- c) Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan stakeholders akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk recovery akan jauh lebih berlipat

bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program Corporate Social Responsibility. Oleh karena itu, pelaksanaan Corporate Social Responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian.

d) Melebarkan Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan Corporate Social Responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

e) Membentangkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk program Corporate Social Responsibility ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

f) Mereduksi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan Corporate Social Responsibility. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

g) Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

Implementasi Corporate Social Responsibility akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust stakeholders kepada perusahaan.

h) Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan Corporate Social Responsibility umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat

i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata stakeholders dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

j) Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku Corporate Social Responsibility sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

Beberapa hasil kajian tentang CSR yang dikemukakan oleh ekonom terkemuka Michael Porter (*The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*) menunjukkan adanya korelasi positif antara profit dan CSR, atau tujuan finansial dan tujuan sosial perusahaan. Perusahaan yang mencatat laba tertinggi adalah para pioner dalam CSR. Konsumen sekarang tidak lagi bodoh dan semakin melek serta bertanggung jawab dalam menentukan pilihan konsumsi mereka. Pertimbangan teknis bukan lagi faktor terpenting dalam mengkonsumsi barang atau jasa, tergusur oleh kualitas sosial. Sebagai gambaran, di Inggris tahun 2004, nilai konsumsi masyarakat didasarkan pada pertimbangan etika sosial perusahaan lebih dari 44 miliar dolar AS. Dua pertiga dari 25.000 konsumen di 23 negara

yang disurvei The Millinium Poll on Corporate Social Responsibility juga menyebutkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai faktor penting konsumsi mereka.

Perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit kentungan secara langsung dari pelaksanaan CSR, yang diharapkan dari kegiatan CSR adalah benefit berupa citra perusahaan yang baik dimata stakeholder yang menjamin keberlangsungan bisnis jangka panjang. Beragam bentuk dan sasaran perusahaan melaksanakan CSR merupakan fenomena positif dalam lingkungan bisnis. Kondisi tersebut menunjukan telah meningkatnya kesadaran jika ingin perusahaan tumbuh secara berkelanjutan maka perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan tapi harus menjaga keseimbangan dengan aspek sosial dan lingkungan. (News of Perhumas. 2004)

Philip Kotler dan Nancy Lee mengatakan bahwa CSR memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi diwilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis. (Kotler dan Nancy,2005).

H. KONSEP OPERASIONAL

Setelah kita melihat secara jelas tentang kerangka teoritis diatas, maka untuk menindak lanjuti dari kerangka teoritis tersebut perlu dioperasionalkan.

Sehingga dapat memudahkan mengetahui bagaimana Implementasi Program CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis.

Didalam penelitian ini, yang menjadi permasalahan yang harus diukur bagaimana Program CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Dimana yang menjadi variabel (X) adalah implementasi program CSR dan variabel (Y) adalah menciptakan citra positif PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning.

Sasaran dari Program CSR PT.Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning terbagi kedalam program kemitraan dan program bina lingkungan (PKBL). Didalam penelitian ini penulis hanya mengukur implementasi dari program kemitraan, adapun implementasi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah program CSR PT.Pertamina (Persero) RU II dalam melaksanakan program pembinaan terhadap pengusaha itik telur dan tenun songket di Desa Sukajadi dengan tujuan dapat mensejahterakan taraf kehidupan ekonomi bagi masyarakat Desa Sukajadi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur program CSR tersebut adalah sebagai berikut :

Program Kemitraan

Program Kemitraan adalah program bantuan dana bergulir berbunga rendah untuk usaha kecil, adapun tujuan program kemitraan adalah menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil menjadi usaha yang tangguh mandiri.

Program kemitraan yang dilaksanakan PT.Pertamina RU II adalah program pembinaan antara lain :

- 1) Pertamina melakukan pembinaan terhadap pengusaha peternak itik telur di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.
- 2) Pertamina melakukan pembinaan kepada pengusaha tenun songket di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.
- 3) Pertamina membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola.

PT.Pertamina RU II memang tidak akan mendapatkan profit kentungan secara langsung dari pelaksanaan program CSR yang diimplementasikan, namun yang diharapkan dari kegiatan CSR PT.Pertamina RU II adalah benefit berupa citra perusahaan yang baik dimata stakeholder yang menjamin keberlangsungan bisnis jangka panjang

Untuk mengukur Indikator dari menciptakan citra perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Citra diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.
2. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh suatu lembaga / perusahaan.
3. Landasan citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi
4. Citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku tertentu.

I. METODE PENELITIAN

1. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Metode ini sesuai dengan desain penelitian yang meneliti tentang implementasi program CSR dengan Citra perusahaan. Metode ini akan menjawab bagaimana hubungan implementasi program CSR dalam menciptakan citra positif perusahaan.

Metode korelasional digunakan untuk mengukur hubungan di antara berbagai variabel, meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel terikat. (Rakhmat, 2004: 27). Adapun interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi adalah :

Tabel 1.1

Interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi

Interval Nilai r*)	Interpretasi
0,001 – 0,200	Korelasi sangat lemah
0,201 – 0,400	Korelasi lemah
0,401 – 0,600	Korelasi cukup kuat
0,601 – 0,800	Korelasi kuat
0,801 – 1,000	Korelasi sangat kuat

*) Interpretasi berlaku untuk nilai r positif maupun negatif

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sukajadi dan dibagian Hupmas PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning, bertempat di JL.Cendana, No.01

Sungai Pakning, Kab.Bengkalis. Riau. Telephone(.4292/4297), Faximile:
(076691227)

3. Subjek dan Objek Penelitian

a) Subjek Penelitian

Praktisi humas PT.Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning dan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.

b) Objek Penelitian

Implementasi Progam CSR PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif di kalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.

5. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun,1995:152). Populasi dalam penelitian ini adalah 2 orang staff Hupmas PT.Pertamina RU II dan Masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu yang jumlahnya 30 orang dari jumlah penduduk Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu yang merasakan progam CSR PT.Pertamina Persero RU II Sungai Pakning.

b) Sampel

Untuk mengambil sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik Purposive Sampling. Purposive Sampling artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek

yang sesuai dengan tujuan penelitian dalam hal ini penelitian dilakukan pada masyarakat Desa Sukajadi yang merasakan Program CSR PT.Pertamina RU II Sungai Pakning yang terdiri dari dua kelompok usaha, yaitu usaha peternak itik telur yang terdiri dari satu kelompok berjumlah 12 orang dan usaha tenun songket yang terdiri dari dua kelompok berjumlah 18 orang. Jadi, keseluruhan sampel berjumlah 30 orang.

5. Teknik pengumpulan data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

a) Angket.

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada tugas atau kepeneliti. (Burhan Bungin, 2008 : 123)

b) Wawancara (interview)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Percakapan dengan maksud tertentu. Maksud mengadakan wawancara antara lain adalah: kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.

Wawancara atau interviu adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. (Burhan Bungin, 2008 : 126)

c) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu memperoleh data dengan cara mencatat dan mengumpulkan data dari Pertamina, diantaranya seperti sejarah berdiri dan perkembangan usaha, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia, dan pemasaran.

d) Observasi

Observasi ini dilakukan oleh penulis dengan cara langsung mendatangi sasaran penelitian, membuat catatan kecil, mendengarkan dan melihat proses. Teknik observasi ini dilakukan untuk mengetahui implementasi program CSR PT Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif di kalangan masyarakat Desa Sukajadi.

J. Teknik analisa data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik koefisien korelasi (Correlations Coefficient) yang diolah dengan program SPSS 15. dan korelasi yang dipakai adalah korelasi produk moment.

K. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

Bab I Merupakan Pendahuluan, dimana dalam bab ini berisi tentang Latar Belakang, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka

Teoritis dan Konsep Operasional, Metode Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

- Bab II** Berisikan tentang Gambaran Umum PT Pertamina (persero)
- Bab III** Merupakan Penyajian Data
- Bab IV** Berisi tentang Analisa Data terhadap Data Penelitian
- Bab V** Merupakan Bab Penutup, yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Pengembangan Kilang

Penemuan minyak bumi secara berturut-turut antara tahun 1885-1890 di pulau Sumatera, Jawa, dan Kalimantan telah mendorong perusahaan-perusahaan minyak asing untuk mengusahakan minyak di Indonesia. Untuk mengembangkan usaha-usaha perminyakan di Indonesia perusahaan-perusahaan minyak asing tersebut membangun kilang minyak di beberapa tempat di Indonesia. Pada tahun 1890 dibangun kilang minyak di Wonokromo Surabaya dan tahun 1892 dibangun kilang minyak di Pangkalan Brandan, kemudian tahun 1904 menyusul di Cepu dan Balikpapan, tahun 1904 di Plaju, tahun 1926 di Sungai Gerong.

Pada zaman penjajahan dan setelah kemerdekaan, kegiatan pemurnian / pengolahan yang merupakan rangkaian usaha pertambangan minyak dan gas bumi, sebagian besar dikuasai oleh PT. Shell dan PT. STANVAC

Setelah kilang-kilang PT. Shell dibeli oleh PN. Permina pada tahun 1966, dan PT. STANVAC dibeli oleh pemerintah oleh Pemerintah Indonesia tahun 1970, maka seluruh kilang dalam negeri dioperasikan oleh Pertamina. Disamping pengembangan kilang-kilang yang sudah ada, pada tahun 1968 mulai dibangun kilang minyak di Sungai Pakning, kemudian tahun 1969 di bangun di Dumai, tahun 1974 di Cilacap, karena dari tahun ketahun bahan bakar minyak (BBM) terus meningkat antara lain karena kemajuan yang dicapai dalam pembangunan, maka kapasitas kilang tidak lagi mencukupi kebutuhan dalam negeri.

Sehubungan dengan itu pada tahun 1981 pemerintah memperluas Kilang minyak Cilacap, Balik Papan, dan Dumai serta memodernisasikan Kilang minyak di Plaju/Sungai Gerong, selain itu juga membangun Kilang minyak di Balongan Cirebon Jawa Barat dan Kasim di Irian Jaya.

Dengan diperluas dan dibangunnya Kilang-kilang BBM dan Nbm tersebut diatas, maka kapasitas kilang minyak di Indonesia menjadi 1003 MBSD, dengan rincian sebagai berikut :

UP I	-Pangkalan Brandan	= 5	MBSD
UP II	-Dumai dan Sungai Pakning	= 170	MBSD
UP III	-Palju-Sei Gerong	= 133	MBSD
UP IV	-Cilacap	= 300	MBSD
UP V	-Balik Papan	= 260	MBSD
UP VI	-Balongan	= 125	MBSD
UP VII	-Kasim	= 10	MBSD
Total		= 1003	MBSD

1. Sejarah Singkat Pertamina

Kilang produksi BBM RU II sungai pakning adalah bagian dari Pertamina RU II Dumai yang merupakan kilang minyak dari business group (BG) pengolahan Pertamina. Tenaga kerja yang mendukung kegiatan kilang RU II Sungai Pakning adalah 207 pekerja Pertamina dan 61 pekerja PT EPT.

Kilang Produksi BBM Sungai Pakning dengan kapasitas terpasang 50.000 barel perhari dibangun pada 1968 oleh Revining Associates Canada LTD

(refecian) diatas tanah seluas 280 Ha, selesai tahun 1969 dan beroperasi pada bulan desember 1969.

Pada awal operasi kilang, kapasitas pengolahannya baru mencapai 25.000 barel perhari, pada bulan September 1975 seluruh operasi kilang beralih dari refican kepada pihak pertamina. Semenjak itu kilang mulai menjalani penyempurnaan secara bertahap, sehingga produk dan kapasitasnya dapat ditingkatkan lagi.

Menjelang ahir tahun 1977, kapasitas kilang meningkat menjadi 35.000 barel perhari, mencapai 40.000 barel pada bulan april 1980, dan sejak tahun 1982 kapasitas kilang menjadi 50.000 barel perhari sesuai dengan kapasitas terpasang.

2. Jumlah Karyawan PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning

Adapun jumlah karyawan yang berada di PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning sebanyak 141 (seratus empat puluh satu) orang karyawan yang dikerahkan untuk melaksanakan berbagai tugas yang diperintahkan yang terbagi dalam 4 orang sebagai manajer productions, 72 karyawan sebagai productions, 22 karyawan sebagai Maintenance, 15 karyawan sebagai HSE, 13 karyawan sebagai Procurement, 12 karyawan sebagai General Affair, 3 karyawan sebagai Reability.

3. Kegiatan Sosial Kemasyarakatan

Pertamina kilang Produksi BBM RU II Sungai Pakning mempunyai tugas pokok untuk mengolah minyak mentah (crude) menjadi beberapa jenis BBM yang merupakan salah satu pemasok BBM ke Depot Siak untuk kebutuhan

Propinsi Riau, serta produk Napta dan LSWR diekspor dan dikirim ke RU II Dumai.

Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut Pertamina Kilang Produksi BBM RU II Sunagi Pakning mempunyai komitmen untuk tumbuh dan berkembang bersama masyarakat. Komitmen tersebut tercermin dalam bentuk kegiatan yang dilaksanakan perusahaan dan badan-badan yang ada diperusahaan.

A. Kegiatan Yang Dilaksanakan Oleh Perusahaan

- a) Pemberian Bantuan Biaya dan perlengkapan anak sekolah kepada warga kurang mampu.
- b) Pembinaan karang taruna Maseha Patra melalui program pembinaan usaha kecil dan koperasi yaitu berupa peternakan sapi
- c) Pemberian bantuan berupa sarana perlengkapan sekolah kepada lembaga pendidikan swasta
- d) Pemberian bantuan berupa material bangunan untuk perbaikan sarana sekolah, sarana ibadah.
- e) Pemberian bantuan sarana dan alat-alat olah raga kepada kelompok Remaja didesa-desa.
- f) Kegiatan social lainnya berupa Pengobatan massal, Khitanan Massal, pemberian sembako, dan bazaar.
- g) Kegiatan olahraga, Jalan santai, Hiburan dan Kesenian yang dilaksanakan dalam rangka memperingati hari-hari besar Nasional dan HUT Pertamina.

- h) Memberikan kesempatan kepada murif SMU atau setingkat yang melaksanakan progam PSG.

B. Kegiatan yang dilaksanakan badan-badan yang ada dilingkungan perusahaan, adalah :

- a) Pemberian bantuan biaya anak sekolah yang kurang mampu khususnya murid sekolah swasta dan sebagian Sekolah Negeri.
- b) Pemberian bantuan biaya subsidi gaji kepada guru-guru sekolah swasta
- c) Pemberian bantuan material bangunan untuk perbaikan masjid, surau dan pondok pesantren dilingkungan Kecamatan Bukit Batu
- d) Merehab dan pembuatan rumah sederhana untuk keluarga anak yatim yang kurang mampu dilingkungan Kecamatan Bukit Batu
- e) Pemberian bantuan sembako kepada keluarga yang kurang mampu
- f) Menyantuni anak-anak yatim dan kurang mampu
- g) Melaksanakan syahril Qur'an untuk madrasah, sekolah umum, dan remaja masjid sekecamatan bukit batu dan siak kecil.
- h) Kegiatan Sosial dan Keagamaan

C. Badan koordinasi umat kristiani (bakor umris)

- a) Memberikan bantuan dan menyantuni keluarga kurang mampu.
- b) Kegiatan sosial dan keagamaan.

D. dharma wanita pertamina RU II Sungai pakning

- a) Pembinaan posyandu Dikampung Jawa, Kampung Nelayan, dan Lubuk Muda.
- b) Pemberian bantuan kepada keluarga Masyarakat kurang mampu dalam rangka memperingati hari besar Nasional dan Keagamaan.
- c) Mengelola tenun songket.
- d) Melaksanakan pesantren kilat dan mengikut sertakan masyarakat dilingkungan Sungai Pakning bekerja sama dengan BDI RU II SPK.
- e) Kegiatan social lainnya

4. Visi dan Misi PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning

Visi :

Menjadi perusahaan minyak dan gas bumi yang Bersih, Efisien, Unggul, Maju dan Mandiri.

Misi :

Bergerak dalam kegiatan eksplorasi, produksi, pengolahan, pemasaran niaga diindonesia dan secara selektif didunia internasional.

Dengan tujuan untuk menjadi perusahaan yang :

- Kuat dan sehat
- Memenuhi kepentingan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.
- Berprestasi setaraf dengan perusahaan terbaik dibidang minyak dan gas bumi

Dalam melaksanakan usaha selalu berdasarkan pada tata nilai unggulan yang :

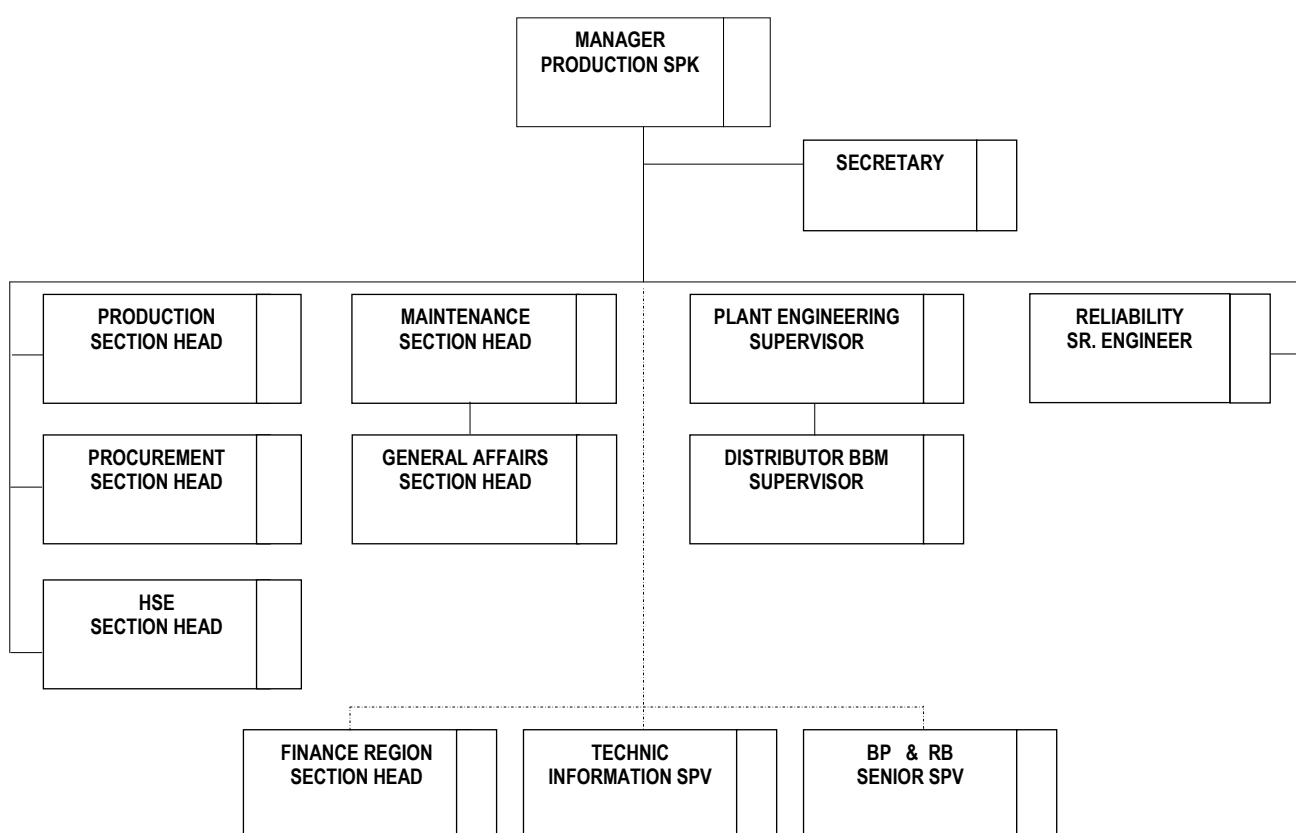
- Berstandar internasional ; berwawasan lingkungan.
- Menumbuhkan kebanggaan dan mengembangkan profesional karyawan
- Mendukung program pemerintah.

STRUKTUR ORGANISASI BARU UNIT PRODUKSI BBM SEL.

PAKNING

SENIOR MANAGER

OPERATION AND MANUFACTURING



B. Sejarah Singkat Desa Sukajadi

Desa sukajadi berada dalam kawasan Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis dengan pusat kotanya Sungai Pakning. Luas Desa Sukajadi 138 km/segi. Jarak daratan menuju laut 2000 m/5km.

Desa Sukajadi sekarng ini di kepalai oleh kepala desa yang bernama dan terdiri dari 3 Rw dan 8 Rt. Dengan luas wilayah Desa Sukajadi yang dimiliki kebanyakan dari wilayah Desa Sukajadi adalah perumahan, selain itu lahan perkebunan karet, lahan perkebunan sawit, tanaman sayur-sayuran dan pohon kelapa. Ada juga lahan kosong yang belum ditanam oleh pemiliknya.

Desa Sukajadi secara geografis terdiri dari datran rendah beriklim tropis sehingga baik untuk dijadikan lahan pertanian maupun perkebunan. Dengan kondisi lahan dan tanah gambut. Daerah ini memiliki dua iklim yaitu musim hujan dan musim kemarau, suhu udara berkisar antar 26 c sampai 32 derajat celcius dengan curah hujan rata-rata berkisar 651,0 sampai 1,092,4 mm/tahun.

Sebagai suatu wilayah pemerintahan Desa Sukajadi memiliki batas-batas tertentu dengan wilayah pemerintahan lainnya, adapun batas wilayah desa sukajadi berbatasan dengan :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Bengkalis
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Hutan Mandau
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Bukit Batu
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Temiang.

C. Kondisi Penduduk Desa Sukajadi

Penduduk merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam wilayah, oleh karena itu dalam proses pembangunan penduduk merupakan modal dasar bagi pembangunan bangsa.

Penduduk asli yang dapat digolongkan pada desa sukajadi adalah suku jawa (minoritas), maka suku asli dapat digolongkan dari suku jawa. Adapun dilihat secara umum penduduk yang berdomisili di desa sukajadi adalah penduduk asli dan penduduk pendatang yang berasal dari suku melayu, batak dan cina.

Sesuai dengan data penduduk tahun 2010, penduduk yang mendiami desa sukajadi berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 2.1
Kondisi Penduduk Desa Sukajadi Berdasarkan
Jenis Kelamin Tahun 2010

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	622	51,4%
2	Perempuan	589	48,6%
		1211	100%

Sumber Data Di Kantor Desa Sukajadi 2010

Berdasarkan data di atas bahwa penduduk yang berdomisili di Desa Sukajadi lebih banyak berjenis kelamin laki-laki daripada berjenis kelamin perempuan meski demikian tidak ada perbedaan yang mencolok antara laki-laki dan perempuan.

D. Agama Dan Sosial Budaya

1. Agama

Agama yang dianut oleh masyarakat desa sukajadi dalam kehidupan manusia sangat penting eksistensinya sehingga tidak boleh diabaikan. Untuk masyarakat dituntut mengamalkan ajaran agam dengan sungguh-sungguh dan mengaplikasikannya ajaran agam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dilakukan agar kehidupan beragama Masyarakat menjadi baik dan sempurna. Sebagai masyarakat yang agamis tentu menghendaki nilai-nilai agam yang luhur dan universal dapat pula menjiwai kehidupan masyarakat itu sendiri. Untuk itu pemerintah dan masyarakat berkewajiban untuk mengembangkan sarana ibadah sehingga kesadaran, penghayatan, pengamalan ajaran agama semakin mantap dan mendalam dikalangan umat beragama dalam kehidupan masyarakat.

TABEL 2.3

Komposisi Penduduk Desa Sukajadi Berdasarkan

Agama

No	Agama	Jumlah	Persentase
1	Islam	1055	87,2%
2	Kristen katolik	108	8,9%
3	Kristen protestan	-	-
4	Budha	48	4%
5	Hindu	-	-
		1211	100%

Sumber Data Di Kantor Desa Sukajadi 2010

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa agama penduduk Desa Sukajadi mayoritas Islam, yakni yang beragama islam 1055, sedangkan yang beragama kristen katolik 108 orang, serta yang beragama Budha sebanyak 48 orang, sedangkan yang beragama kristen katolik dan hindu tidak ada.

2. Sosial dan Budaya

Dalam kehidupan masyarakat itu terdapat berbagai aneka macam corak dan bentuk adat istiadat yang berkembang sebagai salah satu warisan budaya, adat istiadat merupakan bagian dari budaya.

Kehidupan manusia tidak akan lepas dari adat dan tradisi yang dala, masyarakat dimana ia tinggal, lingkungan manusia merupakan unsur yang ikut member corak dan warna perilaku seseorang dalam hubungannya dengan manusia lainnya. Adat istiadat sebagiasalah satu produk masyarakat yang merupakan norma-norma yang mengatur tatanan kehidupan antara sesama manusia. Bahkan terkadang dalam masyarakat adat dipertahankan dan berlanjut dari satu generasi kegenerasi berikutnya yang nilai-nilai tersebut menyebabkan munculnya suatu warna budaya masyarakat. Sehingga suatu adat atau tradisi itu menjadi bagian identitas dari suatu masyarakat.

Sebagai suatu daerah tertentu, masyarakat desa sukajadi memilih corak budaya yang tidak jauh dengan daerah sekitarnya. Masyarakat Sukajadi merupakan masyarakat yang majemuk yang terdiri dari beraneka ragam budaya dan penduduk terdiri dari berbagai macam suku, yaitu suku Jawa, suku Melayu, suku Batak dan suku Tionghoa.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini penulis menyajikan data yang diperoleh dari wawancara dan angket yang telah disebarkan kepada responden. Bentuk penyajian data ini penulis sajikan sesuai dengan teknik yang penulis tetapkan pada bab I (pendahuluan) yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan koefisien korelasi produk moment yang diolah dengan program SPSS.

Apa saja program CSR yang dilaksanakn oleh PT. Pertamina RU II Sungai Pakning di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu, dan Untuk melihat program CSR yang diimplementasikan PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif di kalangan masyarakat Desa Sukajadi serta melihat bagaimana hubungan antara implementasi program CSR dengan citra perusahaan. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka penulis melakukan wawancara dengan General Affair Section Head dan Hupmas PT. Pertamina RU II Sungai Pakning, untuk selanjutnya akan dianalisa pada bab IV. Kemudian untuk mengukur citra perusahaan penulis melakukan penyebaran angket kepada masyarakat Desa Sukajadi yang merasakan program CSR , selanjutnya juga akan dianalisa pada bab IV. Dan yang terakhir penulis melakukan observasi dengan cara langsung mendatangi sasaran penelitian, membuat catatan kecil, mendengarkan dan melihat proses. Teknik observasi ini dilakukan untuk mengetahui implementasi program CSR PT Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif di kalangan masyarakat Desa Sukajadi.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa masyarakat Desa Sukajadi yang menerima bantuan program CSR PT. Pertamina

RU II Sungai Pakning, adalah masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi yang cukup baik. Dari hasil perbincangan dengan responden dapat diketahui bahwa taraf kehidupan ekonomi mereka meningkat sejak mereka mulai mengelola usaha itik telur dan tenun songket. Pada usaha tenun songket misalnya, sebelum program CSR PT. Pertamina RU II diimplementasikan di Desa Sukajadi mereka sulit untuk memasarkan hasil tenunnya. Meskipun ada penampung namun mereka hanya menghargai kain tenun tersebut dengan harga yang murah namun setelah Program CSR PT. Pertamina RU II diimplementasikan di Desa Sukajadi para pengusaha tenun songket mampu meningkatkan hasil usahanya dan tidak lagi bingung untuk memasarkan kain tenun yang mereka kelola. Hal ini dapat diketahui saat penulis mendatangi beberapa rumah responden dan melihat hasil itik telur dan tenun songket yang mereka kelola. (gambar dapat dilihat pada lampiran).

Angket yang disebar sebanyak 30 eksemplar sesuai dengan jumlah responden, telah diisi dan dikembalikan sebanyak 30 eksemplar. Angket yang disebar merupakan angket tertutup. Setiap angket memiliki 25 pertanyaan 4 untuk pertanyaan demografis responden, 9 pertanyaan untuk program CSR, dan 12 pertanyaan untuk citra positif perusahaan. Tiap pertanyaan untuk program CSR dan Citra positif perusahaan berisi 5 option alternatif jawaban dan selanjutnya data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel. Pada tabel itu memuat alternatif jawaban, responden, serta jumlah masing-masing dari alternatif jawaban

A. Data Demografis Responden

Data demografis yang penulis sajikan dibawah ini adalah data demografis pribadi responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan responden.

TABEL 3.1.

Umur Responden

No	Rentang Umur	Frekuensi	Presentase
1	20-25	2	6,6%
2	26-30	2	6,6%
3	31-35	5	16,6%
4	36-40	13	43,3%
5	41-45	7	23,3%
6	46-50	1	3,3%
Jumlah		30	100

Umur responden penelitian berkisar 20 hingga 50 tahun, yang pernah merasakan bantuan progam CSR. Rentang umur responden yang paling banyak berusia 36 hingga 40 tahun, sebanyak 13 orang, atau 43,3% dari 30 orang responden penelitian.

Gambaran ini menunjukan bahwa Masyarakat Desa Sukajadi yang paling banyak menerima progam CSR PT. Pertamina adalah masyarakat yang berusia 20 hingga 40 tahun.

TABEL 3.2.

Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SD	8	26,6%
2	SMP	19	63,3%
3	SMA	3	10%
Jumlah		30	100

Pendidikan terakhir responden yaitu SD sebanyak 8 orang, SMP Sebanyak 19 orang, dan SMA sebanyak 2 orang. Tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pendidikan terakhirnya SMP yaitu sebanyak 19 orang, atau 63,3% orang responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi yang paling banyak mendapatkan program CSR PT. Pertamina RU II adalah masyarakat yang berpendidikan terakhirnya SMP

TABEL 3.3.

Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Petani	18	60%
2	Pengurus RT	12	40%
Jumlah		30	100

Dari tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 18 orang dan responden yang bekerja sebagai pengurus RT sebanyak 12 orang.

Tabel ini menunjukan bahwa masyarakat yang paling banyak mendapat bantuan progam CSR PT. Pertamina adalah masyarakat yang brprofesi sebagai petani.

TABEL 3.4.

Tingkat Penghasilan Responden

No	Tingkat Penghasilan	Frekuensi	Presentase
1	500.000-1000.000	22	73,3%
2	1000.000-1500.000	8	26,6%
3	1500.000-2000.000	0	0%
4	Diatas 2000.000	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berpenghasilan 500.000-1000.000 sebulan sebanyak 22 orang, berpenghasilan 1000.000-1500.000 sebulan sebanyak 8 orang, 1500.000-2000.000 sebulan sebanyak 0 orang, diatas 2000.000 sebulan sebanyak 0 orang. Penghasilan responden yang paling banyak adalah yang berpenghasilan Rp 500.000-1000.000 perbulan sebanyak 22 orang, atau 73,3% dari 30 orang responden.

Tabel diatas menunjukan bahwa tingkat penghasilan masyarakat yang paling banyak mendapatkan bantuan progam CSR PT. Pertamina adalah masyarakat yang berpenghasilan sebesar 500.000-1000.0000 perbulan.

B. Implementasi Program CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning.

Komponen pertanyaan yang penulis gunakan untuk mengukur pelaksanaan program CSR PT. Pertamina RU II sebanyak 9 pertanyaan yang terdapat dalam angket penelitian.

TABEL 3.5

Keadaan ekonomi masyarakat semakin membaik setelah mengelola
Usaha itik telur

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	11	36,6%
2	Setuju	17	56,6%
3	Ragu-Ragu	2	6,6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 11 orang responden menjawab sangat setuju, 17 orang responden setuju, 2 orang responden ragu-ragu, 0 orang responden tidak setuju, dan 0 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab setuju bahwa keadaan ekonominya semakin membaik setelah mengelola usaha itik telur dari program CSR PT.

Pertamina, yaitu sebanyak 17 orang, atau 60 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai bantuan itik telur dari program CSR PT. Pertamina RU II mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hupmas PT.Pertamina RU II bahwa setelah program CSR PT. Pertamina diimplementasikan di kalangan masyarakat Desa Sukajadi, maka usaha pengembangan itik telur ini sudah menampakkan perkembangan yang baik dan telah berhasil memasarkan telur dari usahanya sendiri sehingga mampu menaikkan taraf ekonomi di kalangan masyarakat Desa Sukajadi. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pada pukul 10.00 WIB).

TABEL 3.6.

PT. Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha itik telur yang diberikan kepada masyarakat.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	0	0%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	25	83,3%
5	Sangat Tidak Setuju	4	13,3%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 0 orang responden menjawab sangat setuju, 0 orang responden setuju, 1 orang responden ragu-ragu, 25 orang responden tidak setuju, dan 4 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab tidak setuju bahwa PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha itik telur yang diberikan kepada masyarakat, yaitu sebanyak 25 orang, atau 83,3% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa PT.Pertamina tetap melakukan pembinaan terhadap usaha itik telur yang diberikan kepada masyarakat Desa Sukajadi. Sesuai dengan apa yang dikatakan Hupmas Pertamina RU II bahwa program yang dilaksanakan PT. Pertamina dilakukan secara berkesinambungan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pukul 10.00 Wib)

TABEL 3.7.

Masyarakat peternak itik telur meminta PT Pertamina menyediakan alat penetas telur namun tidak ada tanggapan sama sekali dari pihak perusahaan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	2	6,6%
3	Ragu-Ragu	12	40%
4	Tidak Setuju	16	53,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 0 orang responden menjawab PT Pertamina tidak menanggapi permintaan mesin penetas telur sangat setuju, 2 orang responden menjawab setuju, 12 orang responden menjawab ragu-ragu, 16 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab tidak setuju bahwa PT. Pertamina tidak menanggapi permintaan mesin penetas telur, yaitu sebanyak 16 orang, atau 53,3% % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai PT. Pertamina menanggapi permintaan mesin penetas telur. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Hupmas PT.Pertamina RU II bahwa selain memberi bantuan, Pertamina juga memantau kegiatan yang berjalan. Apakah bantuan ini bisa berjalan dengan baik atau tidak. Jika usaha yang dikelola memiliki efektifitas yang tinggi maka Pertamina akan mengembangkan lagi usaha yang sudah berjalan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pukul 10.00 Wib)

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa Pertamina menanggapi permintaan mesin penetas telur karena usaha yang dijalankan oleh masyarakat telah berjalan dengan baik.

TABEL 3.8.

Keadaan ekonomi masyarakat semakin membaik setelah mengelola
Usaha Tenun Songket

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	6	20%
2	Setuju	23	76,6%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 6 orang responden menjawab sangat setuju, 23 orang responden setuju, 1 orang responden ragu-ragu, 0 orang responden tidak setuju, dan 0 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab setuju bahwa keadaan ekonominya semakin membaik setelah mengelola usaha tenun songket dari progam CSR PT. Pertamina, yaitu sebanyak 23 orang, atau 76,6 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai bantuan tenun songket mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hupmas PT.Pertamina RU II. Bahwa setelah progam CSR PT. Pertamina di implementasikan di kalangan masyarakat Desa Sukajadi, maka usaha tenun songket ini sudah efektif dibandingkan ketika usaha

tenun ini dijalankan oleh Pemerintah Daerah. Sehingga program ini mampu menaikkan taraf ekonomi kalangan masyarakat Desa Sukajadi. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pukul 10.00 Wib)

TABEL 3.9.

PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha tenun songket yang diberikan kepada masyarakat.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	0	0%
3	Ragu-Ragu	5	16,6%
4	Tidak Setuju	21	70%
5	Sangat Tidak Setuju	4	13,3%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 0 orang responden menjawab sangat setuju, 0 orang responden setuju, 5 orang responden ragu-ragu, 21 orang responden tidak setuju, dan 4 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab tidak setuju PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha tenun songket yang diberikan kepada masyarakat, yaitu sebanyak 21 orang, atau 70 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa PT.Pertamina tetap melakukan pembinaan terhadap usaha tenun songket yang diberikan kepada masyarakat Desa Sukajadi. Sesuai dengan apa yang dikatakan Hupmas Pertamina RU II bahwa program yang dilaksanakan PT. Pertamina dilakukan secara berkesinambungan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010)

TABEL 3.10

Masyarakat pengrajin tenun songket meminta PT. Pertamina menyediakan alat tenun yang lebih besar namun tidak ada tanggapan sama sekali dari pihak

Perusahaan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	0	0%
3	Ragu-Ragu	12	40%
4	Tidak Setuju	18	60%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 0 orang responden menjawab sangat setuju, 0 orang responden menjawab setuju, 12 orang responden menjawab ragu-ragu, 18 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab

tidak setuju PT Pertamina tidak menanggapi permintaan alat tenun yang lebih besar, yaitu sebanyak 18 orang, atau 60 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai PT. Pertamina menanggapi permintaan alat tenun. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hupmas PT.Pertamina RU II bahwa selain memberi bantuan, Pertamina juga memantau kegiatan yang berjalan. Apakah bantuan ini bisa berjalan dengan baik atau tidak. Jika usaha yang dikelola memiliki efektifitas yang tinggi maka Pertamina akan mengembangkan lagi usaha yang sudah berjalan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010)

TABEL 3.11

PT. Pertamina telah menyediakan tempat pemasaran untuk usaha itik telur

Dan tenun songket

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	6	20%
2	Setuju	20	66,6%
3	Ragu-Ragu	4	13,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 6 orang responden menjawab sangat setuju, 20 orang responden menjawab setuju, 4 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden

menjawab tidak setuju, dan 0 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab setuju PT. Pertamina telah menyediakan tempat pemasaran untuk usaha itik telur dan tenun songket, yaitu sebanyak 20 orang, atau 66,6 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai PT. Pertamina telah menyediakan tempat pemasaran untuk usaha itik telur dan tenun songket. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, bahwa Pertamina didalam melaksanakan progam CSR ini sifatnya fleksibel, artinya kami menjalankan progam ini sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh masyarakat dan kami melakukan progam CSR ini mana yang kira-kira menyentuh apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib)

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi membutuhkan tempat pemasaran untuk hasil usaha yang dikeloa, dan PT. Pertamina telah menyediakan tempat pemasaran untuk member kemudahan kepada masyarakat Desa Sukajadi).

TABEL 3.12

Pertamina membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	60%
2	Setuju	8	26,6%
3	Ragu-Ragu	4	13,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 9 orang responden menjawab sangat setuju, 16 orang responden menjawab setuju, 3 orang responden menjawab ragu-ragu, 5 orang responden menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab sangat setuju PT. Pertamina membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola, yaitu sebanyak 18 orang, atau 60 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa masyarakat Desa Sukajadi menilai PT. Pertamina telah membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola.

TABEL 3.13

Masyarakat sulit untuk memasarkan hasil produk yang dikelola. Karena Pertamina tidak serius dalam menjalankan programnya.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	0	0%
3	Ragu-Ragu	5	16,6%
4	Tidak Setuju	16	53,3%
5	Sangat Tidak Setuju	9	30%
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban dari 30 orang responden 0 orang responden menjawab sangat setuju, 0 orang responden menjawab setuju, 5 orang responden menjawab ragu-ragu, 16 orang responden menjawab tidak setuju, dan 9 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden menjawab tidak setuju PT. Pertamina tidak serius dalam menjalankan programnya., yaitu sebanyak 16 orang, atau 53,3 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukajadi tidak lagi sulit memasarkan hasil usaha yang dikelola, karena Pertamina telah serius menjalankan programnya. Tabel ini membenarkan apa yang dikatakan hupmas PT. Pertamina RU II bahwa Pertamina serius dalam menjalankan programnya dan akan terus mengembangkan hasil usaha yang diberikan kepada masyarakat jika program tersebut dinilai cukup efektif dan menampilkan hasil yang baik.

(wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pada pukul 10.00 WIB).

C. Citra Perusahaan Setelah Di Implementasikan Progam CSR.

Komponen pertanyaan yang penulis gunakan untuk mengukur citra perusahaan setelah di imolementasikan progam csr sebanyak 12 pertanyaan yang terdapat dalam angket penelitian.

TABEL 3.14

Pemahaman responden terhadap perusahaan, bahwa keberadaan perusahaan

Sangat membantu masyarakat disekitar wilayah perusahaan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	2	6,6%
2	Setuju	25	83,3%
3	Ragu-Ragu	3	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan table 17 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 2 orang responden menjawab sangat setuju, 25 orang responden menjawab setuju, 4 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden

menjawab setuju bahwa keberadaan perusahaan Sangat membantu masyarakat disekitar wilayah perusahaan yaitu sebanyak 25 orang, atau 83,3% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa Pertamina RU II sangat membantu masyarakat disekitar wilayah perusahaan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Hupmas PT.Pertamina RU II bahwa tujuan progam CSR pertamina adalah untuk membantu dan menata lingkungan yang ada disekitar perusahaan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pada pukul 10.00 Wib)

TABEL 3.15

Responden semakin mengenal dan mengetahui keadaan perusahaan, setelah
Diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	2	3,3%
2	Setuju	25	83,3%
3	Ragu-Ragu	3	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan table 18 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 2 orang responden menjawab sangat setuju, 25 orang responden menjawab setuju, 3 orang responden menjawab ragu-ragu, 0

orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 25 orang, atau 83,3% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden semakin mengenal dan mengetahui keadaan perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

TABEL 3.16

Responden semakin mengerti terhadap keinginan perusahaan, setelah

Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	2	6,6%
2	Setuju	17	56,6%
3	Ragu-Ragu	3	10%
4	Tidak Setuju	1	3,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 19 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 2 orang responden menjawab sangat setuju, 17 orang responden menjawab setuju, 9 orang responden menjawab ragu-ragu, 1 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak

setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 17 orang, atau 56,6 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden semakin mengerti terhadap keinginan perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan General Affair Section Head PT. bahwa perusahaan menginginkan adanya pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar perusahaan harus meningkat dan tingkat pengangguran harus menurun dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan positif yang berhubungan dengan program CSR. (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib)

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa PT. Pertamina menginginkan pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar wilayah perusahaan meningkat, dan tingkat pengangguran menurun dengan cara dilakukannya Program CSR diharapkan mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan menurunkan tingkat pengangguran serta mampu meningkatkan citra perusahaan.

TABEL 3.17

Responden semakin percaya bahwa Pertamina merupakan perusahaan yang memiliki reputasi/nama baik, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	4	13,3%
2	Setuju	20	66,6%
3	Ragu-Ragu	6	20%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 20 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 4 orang responden menjawab sangat setuju, 20 orang responden menjawab setuju, 6 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 20 orang, atau 66,6 % dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa sebagian besar responden semangkin percaya bahwa Pertamina merupakan perusahaan yang memiliki reputasi/nama baik, setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hupmas PT.Pertamina bahwa sejak awal progam CSR ini diimplementasikan maka citra perusahaan meningkat. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pada pukul 10.00 Wib). Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa citra yang baik dapat meningkatkan prestasi perusahaan.

TABEL 3.18

Responden beranggapan Perusahaan hanya mencari keuntungan, setelah
Diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	2	6,6%
3	Ragu-Ragu	4	13,3%
4	Tidak Setuju	14	46,6%
5	Sangat Tidak Setuju	10	33,3%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 21 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 0 orang responden menjawab sangat setuju, 2 orang responden menjawab setuju, 4 orang responden menjawab ragu-ragu, 14 orang responden menjawab tidak setuju, dan 10 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 14 orang, atau 46,6% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak percaya Pertamina hanya mencari keuntungan dari progam CSR yang dilaksanakan di Desa Sukajadi. Hal ini membuktikan apa yang dikatakan oleh Hupmas PT. Pertamina bahwa tujuan progam CSR adalah untuk membantu mengembangkan masyarakat dan menata lingkungan disekitar wilayah perusahaan. (wawancara kepada Hupmas PT. Pertamina RU II, tanggal 24 mei 2010 pada pukul 10.00 WIB)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dilaksanakan Pertamina tidak untuk mencari keuntungan perusahaan.

TABEL 3.19

Responden merasa bangga, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	1	3,3%
2	Setuju	28	93,3%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 22 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 1 orang responden menjawab sangat setuju, 27 orang responden menjawab setuju, 1 orang responden menjawab ragu-ragu, 1 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 27 orang, atau 90% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bangga, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Sesuai dengan pernyataan General Affair Section Head PT. Pertamina RU II bahwa

Pertamina itu sifatnya lebih banyak positif jadi bagaimana dia merangkul masyarakat itu supaya tidak terjadi suatu gejolak yang tidak diinginkan. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa perusahaan berhasil merangkul masyarakat, hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa 90% dari responden menjawab tidak setuju Pertamina mencari keuntungan dari program yang dilaksanakan oleh perusahaan.

TABEL 3.20

Responden semakin percaya terhadap perusahaan, setelah
Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	16,6%
2	Setuju	23	76,6%
3	Ragu-Ragu	2	6,6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 23 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 5 orang responden menjawab sangat setuju, 23 orang responden menjawab setuju, 2 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden

menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang, atau 76,6% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden semakin percaya terhadap perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa perusahaan berhasil merangkul masyarakat. (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib) hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa 76,6% dari responden menyatakan semakin percaya terhadap perusahaan.

TABEL 3.21

Responden akan berupaya untuk selalu menimbulkan sikap yang menyenangkan bagi perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	23	76,6%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 24 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 0 orang responden menjawab sangat setuju, 23

orang responden menjawab setuju, 1 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa hampir seluruh responden menjawab setuju yaitu sebanyak 29 orang, atau 96,6% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden akan berupaya untuk selalu menimbulkan sikap yang menyenangkan bagi perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa perusahaan berhasil merangkul masyarakat (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib). hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa 96,6% dari responden menyatakan akan berupaya untuk selalu menimbulkan sikap yang menyenangkan bagi perusahaan.

TABEL 3.22

Responden memiliki pandangan bahwa Pertamina sangat peduli terhadap masyarakat disekitar wilayah perusahaan., setelah diterapkan progam CSR PT.

Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	11	36,6%
2	Setuju	17	56,6%
3	Ragu-Ragu	2	6,6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 25 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 11 orang responden menjawab sangat setuju, 17 orang responden menjawab setuju, 2 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 17 orang, atau 56,6% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan bahwa Pertamina sangat peduli terhadap masyarakat disekitar wilayah perusahaan setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

TABEL 3.23

Responden akan selalu beritikad baik, bertoleransi, dan akan menjadi tetangga perusahaan yang baik, setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	25	83,3%
3	Ragu-Ragu	5	16,6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 26 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 0 orang responden menjawab sangat setuju, 25 orang responden menjawab setuju, 5 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa paling banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 25 orang, atau 83,3% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukan bahwa sebagian besar responden akan selalu beritikad baik, bertoleransi, dan akan menjadi tetangga perusahaan yang baik, setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa perusahaan berhasil merangkul masyarakat (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU

II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib). hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa hampir keseluruhan dari responden menyatakan akan selalu beritikad baik, bertoleransi, dan akan menjadi tetangga perusahaan yang baik, setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi yaitu sebanyak 83,3%.

TABEL 3.24

Responden akan terus bekerja sama dengan perusahaan, setelah diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	29	96,6%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 27 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 0 orang responden menjawab sangat setuju, 29 orang responden menjawab setuju, 1 orang responden menjawab ragu-ragu, 0 orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan responden menjawab setuju yaitu sebanyak 29 orang, atau 96,6% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden akan terus bekerja sama dengan perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa tujuan perusahaan untuk merangkul masyarakat disekitar wilayah perusahaan agar tidak terjadi gejolak yang diinginkan berhasil (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib), hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa hampir seluruh responden yaitu sebanyak 96,6 % menyatakan akan terus bekerja sama dengan perusahaan.

TABEL 3.25

Responden akan terus mendukung segala bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	1	3,3%
2	Setuju	28	93,3%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 28 diatas dapat diketahui bahwa alternative jawaban dari 30 orang responden ternyata 1 orang responden menjawab sangat setuju, 28 orang responden menjawab setuju, 1 orang responden menjawab ragu-ragu, 0

orang responden menjawab tidak setuju, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan responden menjawab setuju yaitu sebanyak 28 orang, atau 93,3% dari 30 orang keseluruhan responden.

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden akan terus mendukung segala bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa tujuan perusahaan untuk merangkul masyarakat disekitar wilayah perusahaan agar tidak terjadi gejolak yang diinginkan berhasil (wawancara kepada General Affair Section Head PT. Pertamina RU II, tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib), hal ini dibuktikan dari hasil tabel diatas bahwa hampir seluruh responden yaitu sebanyak 93,3 % menyatakan akan terus mendukung segala bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan.

BAB IV

ANALISA DATA

Pada bab ini penulis menyajikan analisa dengan teknik deskriptif kuantitatif yaitu analisa data dengan menggunakan koefisien korelasi. Analisa data ini adalah untuk menjawab bagaimana pengaruh implementasi program CSR PT. Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dalam menciptakan citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.

A. Analisa Korelasi Tentang Implementasi Program CSR PT Pertamina RU II Dengan Citra Positif Perusahaan.

Untuk menjawab permasalahan ini, penulis menjelaskan dengan instrumen yang disusun dalam angket meliputi 9 pertanyaan untuk program CSR yang diimplementasikan dan 12 pertanyaan untuk mengukur citra perusahaan.

Selanjutnya penulis menentukan pengaruh variabel bebas (x) yaitu program CSR PT. Pertamina dengan citra perusahaan, menggunakan rumus korelasi koefisien yang dianalisis dengan program spss.

TABEL 3.26

Pengaruh Implementasi Program CSR PT. Pertamina RU II Terhadap
Citra Perusahaan

Program CSR (x)		Citra Perusahaan (y)
X	Pearson Correlation	0,651(**)
	Sig. (2-tailed)	0,000
N		30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel korelasi diatas menggambarkan besarnya koefisien korelasi program CSR dengan citra perusahaan. Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh program CSR dengan citra perusahaan dapat dilihat dari tabel diatas, yaitu koefisien korelasi CSR dengan citra perusahaan adalah 0,651 Sig. (2-tailed) = 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan tidak berkorelasi terhadap nilai yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat digambarkan bahwa pengaruh adalah kuat.

Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara program CSR dengan citra perusahaan.

Hubungan program CSR dengan citra perusahaan dapat dijelaskan dengan menggunakan teori proses pembentukan citra yang dijelaskan oleh Jhon S. Nimpoeneo, dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang di kutip Danasaputra "Proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representations (citra) dari stimulus" (Nimpoeno, dalam Danasaputra, 1995:36)

Dalam penelitian ini yang menjadi input adalah stimulus berupa implementasi program CSR PT. Pertamina RU II dan outputnya adalah tanggapan atau perilaku tertentu berupa citra perusahaan dikalangan masyarakat Desa Sukajadi. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak.

Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal tersebut menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa program CSR PT. Pertamina (persero) RU II tersebut efektif dalam mempengaruhi citra perusahaan dikalangan masyarakat Desa Sukajadi, hal ini digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang baik dari kalangan masyarakat Desa Sukajadi berdasarkan hasil angket yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya. Dan program CSR PT. Pertamina (Persero) RU II itu diterima oleh masyarakat Desa Sukajadi, berarti terdapat perhatian dari masyarakat Desa Sukajadi, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Pengaruh implementasi program CSR PT. Pertamina RU II Terhadap citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi diatas juga membenarkan teori Yusuf Wibisono (2007), yang telah menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility*, salah satunya yaitu “Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan

reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan”

B. Implementasi Program CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning.

Dari hasil analisa data dengan menggunakan alat bantu SPSS 15 (Statistic Package for Social Science) penulis dapat mengemukakan implementasi program CSR PT. Pertamina RU II Sungai pakning.

Dari 9 pertanyaan tentang program CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dapat diketahui 2 program CSR dinilai mampu meningkatkan taraf ekonomi kehidupan masyarakat sedangkan satu program mampu memberi kemudahan kepada masyarakat. Sesuai dengan hasil angket yang diolah dengan alat bantu SPSS 15 Uji reliabilitas untuk variabel implementasi program CSR, diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,708. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari nilai *korelasi pearson product moment table* yaitu sebesar 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan – pertanyaan yang ada pada variabel implementasi program CSR dinyatakan reliabel (perhitungannya lihat di lampiran).

Hal ini juga sesuai dengan pendapat Petkoski dan Twose CSR sebagai komitmen bisnis berperan untuk mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan. Di dalam Green Paper Komisi Masyarakat Eropa 2001 dinyatakan bahwa kebanyakan definisi tanggungjawab sosial korporat menunjukkan sebuah konsep tentang

pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para stakeholder-nya. Ini setidaknya ada dua hal yang terkait dengan tanggungjawab sosial korporat itu yakni pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela (Irianta, 2004).

C. Citra PT. Pertamina RU II di Kalangan Masyarakat Desa Sukajadi.

Dari hasil analisa data dengan menggunakan alat bantu SPSS 15 (Statistic Package for Social Science) penulis dapat mengemukakan citra PT. Pertamina RU II Sungai pakning dikalangan masyarakat Desa Sukajadi.

Citra PT. Pertamina dinilai cukup baik oleh kalangan masyarakat Desa Sukajadi hal ini sesuai dengan hasil angket dan hasil wawancara yang dilakukan penulis mengenai citra perusahaan. Dari hasil angket yang terdiri dari 12 pertanyaan dan diolah dengan alat bantu SPSS 15 Uji reliabilitas untuk variabel citra perusahaan, diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,679. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari nilai *korelasi pearson product moment table* yaitu sebesar 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan – pertanyaan yang ada pada variabel Citra PT. Pertamina RU II di Kalangan Masyarakat Desa Sukajadi dinyatakan reliabel. (perhitungannya lihat di lampiran). Sedangkan jika dilihat dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Hupmas PT.Pertamina bahwa sejak awal progam CSR ini diimplementasikan kepada masyarakat disekitar wilayah perusahaan khususnya di Desa Sukajadi Perusahaan memiliki citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi dan juga disekitar wilayah perusahaan.

Hasil diatas menjawab teori yang diungkapkan Philip Kotler dan Nancy Lee yang mengatakan bahwa CSR memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi diwilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis. (Kotler dan Nancy,2005).

Hasil diatas juga dapat dikaitkan dengan menggunakan model komunikasi dalam public relations yang dibuat oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto bahwa citra dapat tercipta dengan adanya sumber, komunikator, pesan, komunikan, dan efek. Adapun Sumber yang penulis maksud yaitu PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning kemudian adanya komunikator atau Hupmas PT.Pertamina kemudian adanya pesan atau progam CSR PT.Pertamina berupa progam kemitraan berbentuk pembinaan itik telur dan tenun songket selanjutnya adanya komunikan atau masyarakat Desa Sukajadi yang menerima progam CSR dan yang terakhir adanya efek atau citra masyarakat Desa Sukajadi terhadap PT.Pertamina (persero) RU II Sungai Pakning.

D. Rumusan Kajian

Citra PT. Pertamina dinilai cukup baik oleh kalangan masyarakat Desa Sukajadi hal ini sesuai dengan hasil angket dan hasil wawancara yang dilakukan penulis mengenai citra perusahaan.

Citra dapat tercipta dengan adanya Sumber berupa PT.Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning kemudian adanya komunikator atau Hupmas PT.Pertamina kemudian adanya pesan atau program CSR PT.Pertamina berupa program kemitraan berbentuk pembinaan itik telur dan tenun songket selanjutnya adanya komunikasi atau masyarakat Desa Sukajadi yang menerima program CSR dan yang terakhir adanya efek atau citra masyarakat Desa Sukajadi terhadap PT.Pertamina (persero) RU II Sungai Pakning.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa program Corporate Social Responsibility yang diimplementasikan PT. Pertamina RU II Sungai Pakning di kalangan masyarakat Desa Sukajadi mampu mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan. Hal ini dapat dilihat kontribusi positif Pertamina dalam melaksanakan program kemitraan berupa pembinaan peternak itik telur dan pembinaan tenun songket yang diimplementasikan di Desa Sukajadi mampu mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan”

Program CSR PT. Pertamina (Persero) RU II efektif dalam mempengaruhi citra perusahaan di kalangan masyarakat Desa Sukajadi, hal ini digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang baik dari masyarakat Desa Sukajadi. Dan program CSR PT. Pertamina (persero) RU II itu diterima oleh masyarakat Desa Sukajadi, berarti terdapat perhatian dari masyarakat Desa Sukajadi, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan beberapa analisis beserta pembahasannya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara program CSR dengan citra perusahaan. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi program CSR dengan citra perusahaan, yaitu koefisien korelasi CSR dengan citra perusahaan adalah 0,651 Sig. (2-tailed) = 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan tidak berkorelasi terhadap nilai yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat digambarkan bahwa pengaruh adalah kuat.
2. Program Corporate Social Responsibility yang diimplementasikan PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dikalangan masyarakat Desa Sukajadi mampu mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan. Hal ini dapat dilihat kontribusi positif Pertamina dalam melaksanakan program kemitraan berupa pembinaan peternak itik telur dan pembinaan tenun songket yang diimplementasikan di Desa Sukajadi mampu mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa program CSR cukup berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Pertamina (persero) RU II dimata

masyarakat Desa Sukajadi. Maka penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II diharapkan dapat meningkatkan implementasi yang dilaksanakan di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu, karena program CSR tersebut dapat meningkatkan taraf ekonomi serta membantu masyarakat Desa Sukajadi. Dan dapat membuat citra PT. Pertamina semakin baik dikalangan Masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu.
2. Hendaknya setiap perusahaan yang melaksanakan program CSR ini, dilaksanakan secara berkesinambungan sehingga bantuan tersebut benar-benar dapat dirasakan oleh masyarakat.
3. Diharapkan setiap perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah agar pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyalini, 2002, *Sosiologi Skematika Teori dan Terapan*, Jakarta; PT. Bumi Aksara
- Anggoro, Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Serta Aplikasinya di Indonesia. Cetakan Ketiga. Bumi Aksara, Jakarta.
- Badudu, JS, 1997, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Codot. *Implementasi Test Formatif Bidang Studi Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 2 Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuansing Singingi*. Diakses pada tanggal 21 Januari 2010 jam 15.00 WIB. <http://one.indoskrpsi.com//2009>
- Greener, Toni. 2002. *Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Cetakan Ketiga. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kuncoro Mudrajad. *Transformasi Pertamina*. Yogyakarta: Galang Press, 2009
- Lead Indonesia. 2005. *Kemitraan Korporasi-Stakeholders. Report Seminar Corporate-Stakeholder Partnership: Toward Productive Relations Lead Indonesia Bekerjasama dengan Labsosio-Fisip-UI, Jakarta, 14 Juni 2005*. Dokumen <http://www.lead.or.id/>, diakses tanggal 28 Januari 2010, jam 13.15 WIB
- Moore, Frazier, *Humas; Prinsip, Kasus dan Masalah*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan, *Manajemen Public Relations*. Jakarta, Kencana, 2008
- News of PERHUMAS. 2004. *CSR dan Citra Corporate*. Dokumen <http://www.perhumas.or.id/>, 30 Januari 2010. jam 09.00 WIB
- NovaFirsan, *Crisis Public Relations*. Jakarta, Remaja Rosda Karya, 2009
- Rakhmat Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung; PT. Remaja Rosda Karya, 2004
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 1998.
- Ruslan, Rosady, 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (konsep dan aplikasinya)*. Bandung. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Soemirat, Soleh; Ardianto Elfinaro. 2004. *Dasar-dasar public relations*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Ujhana Effendy, Onong, MA . *Hubungan Masyarakat suatu studi komunikasi*, PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.2002

Warta Pertamina. 2004. CSR sebagai Strategi Bisnis. Dokumen <http://www.pertamina.com/>,2004, diakses 10 Desember 2009, jam 19.10 WIB.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi	27
Tabel 2.1. Kondisi Penduduk Desa Sukajadi	
Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2010	41
Tabel 2.2. Komposisi Penduduk Desa Sukajadi	
Berdasarkan Agama	42
Tabel 3.1. Umur Responden	46
Tabel 3.2. Tingkat Pendidikan Responden.....	47
Tabel 3.3. Pekerjaan Responden	47
Tabel 3.4. Tingkat Penghasilan Responden	48
Tabel 3.5. Keadaan ekonomi masyarakat semangkin membaik	
setelah mengelolaUsaha itik telur.....	49
Tabel 3.6. PT. Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan	
terhadap usaha itik telur yang diberikan kepada masyarakat	50
Tabel 3.7. Masyarakat peternak itik telur meminta PT Pertamina	
menyediakan alat penetas telur namun tidak ada tanggapan	
sama sekali dari pihak perusahaan	51
Tabel 3.8. Keadaan ekonomi masyarakat semangkin membaik setelah	
mengelola Usaha Tenun Songket	53
Tabel 3.9. PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap	
usaha tenun songket yang diberikan kepada masyarakat	54
Tabel 3.10. Masyarakat pengrajin tenun songket meminta PT.Pertamina	
menyediakan alat tenun yang lebih besar namun tidak ada	
tanggapan sama sekali dari pihak Perusahaan	55
Tabel 3.11. PT. Pertamina telah menyediakan tempat pemasaran untuk	

usaha itik telur dan tenun songket.....	56
Tabel 3.12. Pertamina membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola.....	58
Tabel 3.13. Masyarakat sulit untuk memasarkan hasil produk yang dikelola. Karena Pertamina tidak serius dalam menjalankan programnya	
Tabel 3.14. Pemahaman responden terhadap perusahaan, bahwa keberadaan perusahaan Sangat membantu masyarakat disekitar wilayah perusahaan.....	59
Tabel 3.15. Responden semakin mengenal dan mengetahui keadaan perusahaan, setelah Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	60
Tabel 3.16. Responden semakin mengerti terhadap keinginan perusahaan, setelah Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	62
Tabel 3.17. Responden semakin percaya bahwa Pertamina merupakan perusahaan yang memiliki reputasi/nama baik, setelah diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	62
Tabel 3.18. Responden beranggapan Perusahaan hanya mencari keuntungan, setelah Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	65
Tabel 3.19. Responden merasa bangga, setelah Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	66
Tabel 3.20. Responden semakin percaya terhadap perusahaan, setelah Diterapkan program CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.....	67
Tabel 3.21. Responden akan berupaya untuk selalu menimbulkan sikap	

yang menyenangkan bagi perusahaan, setelah diterapkan	
progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	68
Tabel 3.22. Responden memiliki pandangan bahwa Pertamina sangat peduli	
terhadap masyarakat disekitar wilayah perusahaan. setelah	
diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.....	70
Tabel 3.23. Responden akan selalu beritikad baik, bertoleransi, dan akan menjadi	
tetangga perusahaan yang baik, setelah diterapkan progam	
CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.....	71
Tabel 3.24. Responden akan terus bekerja sama dengan perusahaan, setelah	
diterapkan progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi.....	72
Tabel 3.25. Responden akan terus mendukung segala bentuk kegiatan CSR	
yang dilaksanakan oleh perusahaan, setelah diterapkan	
progam CSR PT. Pertamina RU II di Desa Sukajadi	73
Tabel 3.26. Pengaruh Implementasi Progam CSR PT. Pertamina RU II	
Terhadap Citra Perusahaan	75

Wawancara I

Wawancara pertama dilakukan pada tanggal 23 April 2010 pada pukul 14.00 Wib, dimana yang diwawancarai adalah General Affair Section Head PT. Pertamina RU II di kantor PT. Pertamina RU II Sungai Pakning bertempat di JL.Cendana, No.01 Sungai Pakning. Adapun isi wawancara itu sebagai berikut :

1. menurut Bapak, program CSR itu bagaimana?

Jawab : Menurut saya program CSR (Corporate Sosial Responsibility) itu adalah bermakna sebagai kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dilingkungan perusahaan, adapun lingkungan perusahaan itu terdapat Ring I, Ring II, dan Ring III. Ring itu merupakan skala prioritas, artinya Ring I itu adalah masyarakat yang berada paling dekat dengan kawasan perusahaan dan itu yang paling diutamakan. Jadi kepedulian perusahaan itu terutama terhadap masyarakat yang berada disekitar perusahaan.

2. Jadi Pak, program yang dilaksanakn oleh Pertamina itu dalam bentuk apa saja?

Jawab : Pertamina didalam melaksanakan program CSR ini sifatnya fleksibel, artinya kami menjalankan program ini sesuai dengan yang di butuhkan oleh masyarakat, karena itu sebelum melaksanakan program CSR kami melakukan survei terlebih dahulu. Dan kami melakukan program CSR ini mana yang kira-kira menyentuh apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

3. Mengapa PT. Pertamina Melaksanakan Program CSR?

Jawab : karena sudah ada peraturan pemerintah tentang lingkungan yaitu Undang-undang no 13 tahun 2009 salah satunya yaitu mengenai lingkungan dan lingkungan itu ada hubungannya dengan CSR. bahwa setiap perusahaan harus berdampak positif

terhadap lingkungannya, kalo seandainya perusahaan itu tidak meningkatkan ekonomi masyarakat, itu perusahaanya boleh dikatakan perusahaan yang tidak ambil peduli terhadap lingkungannya.

4. Setelah PT. Pertamina melaksanakan progam CSR. Bagaimana pandangan masyarakat terhadap citra positif perusahaan?

Jawab : Yang pasti sekarang bagaimana kita merangkul masyarakat. Pertamina itu sifatnya lebih banyak positif jadi bagaimana dia meranagkul masyarakat itu supaya tidak terjadi suatu gejolak yang kita inginkan. Bagaimanapun suatu industri ada yang namanya dampak positif dan ada dampak positif, dan yang kita mau dampak positif itu harus lebih banyak, dampak positif itu seperti adanya pertumbuhan ekonomi disekitar perusahaan harus meningkat, tingkat pengangguran itu harus menurun. Jadi itu tingkat-tingkat positif yang harus diperbanyak. Sedangkan contoh negatifnya itu seperti polusi kebisingan dan untuk meredamnya pertamina melakukan progam CSR agar tidak terjadi gejolak.

Wawancara II

Wawancara kedua dilakukan pada tanggal 3 mei 2010 pada pukul 10.00 Wib, dimana yang diwawancarai adalah Hupmas PT. Pertamina RU II di kantor Hupmas PT. Pertamina RU II Sungai Pakning bertempat di JL.Cendana, No.01 Sungai Pakning. Adapun isi wawancara itu sebagai berikut :

1. Apa saja program CSR yang dilakukan oleh Hupmas PT. Pertamina RU II sungai pakning?

Jawab : Program CSR yang dilaksanakan di PT Pertamina yaitu program bina lingkungan dan program kemitraan. Program bina lingkungan dijalankan sesuai dengan skala prioritas ada yang namanya zona I, zona II, dan zona III. Zona satu yaitu wilayah paling terdekat dengan perusahaan, zona dua setelah zona satu dimana masyarakat itu berada dan masih diluar wilayah operasi tapi lebih jauh dari zona satu, zona tiga yaitu diluar wilayah operasi kilang itu sendiri. Kemudian program bina lingkungan ada dua pola yaitu program internal atau program yang direncanakan oleh perusahaan itu sendiri. Yang kedua sesuai dengan usulan masyarakat dimana kira-kira ada sesuatu kepentingan masyarakat yang dianggap penting oleh perusahaan. Pertamina melakukan program kemitraan secara berkesinambungan.

2. PT. Pertamina melakukan program kemitraan. Dalam bentuk apa sajakah program yang dilaksanakan di Desa Suka Jadi?

Jawab : program yang dilaksanakan di desa sukajadi yaitu pembinaan itik petelur dan usaha tenun songket. Program itik telur dilaksanakan pada tahun 2009 dan akan dilanjutkan pada tahun 2010. sedangkan tenun songket berjalan pada awal tahun 2010. program ini sudah berjalan dan sudah ada perkembangan, alasan kenapa kami memilih lokasi di Desa Sukajadi adalah dengan mempertimbangkan lokasi yang mendukung kegiatan usaha itik telur, yaitu dengan adanya area atau tempat peternak dan adanya ketersediaan pakan. Sedangkan untuk tenun juga sudah berjalan pada tahun 2010.

3. Apakah program yang dilaksanakan di desa Sukajadi mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

Jawab : untuk program tenun, sebenarnya program ini awalnya sudah dilaksanakan oleh pemda Bengkulu, namun tidak ada kontinuitas dari pemda sehingga usaha ini pun kurang efektif. Oleh karena Pertamina mencoba mengembangkan lagi usaha yang sudah dirintis oleh masyarakat Desa Sukajadi dan hasilnya usaha ini mampu berkembang. Sedangkan untuk telur sebenarnya belum menampakkan perkembangan yang signifikan namun kita akan berusaha untuk mengembangkan usaha ini. Namun sesuai dengan pantauan kami peternak itik telur telah mampu memproduksi telur/ sudah menamokkan hasilnya.

4. Bagaimana cara Hupmas PT. Pertamina mengimplementasikan program CSR di Desa Sukajadi?

Jawab : dalam mengimplementasikan program ini selain memberikan bantuan Pertamina juga melihat atau memantau apakah kegiatan yang yang kita berikan ini dapat dilaksanakan dengan baik atau tidak, kemudian sejauh mana keefektifitasannya. Kalau memang itu nanti tingkat keberhasilannya tinggi maka akan kita kembangkan lagi.

5. Menurut Bapak, setelah program CSR ini diterapkan atau diimplementasikan di Desa Sukajadi. Bagaimanakah citra perusahaan di mata masyarakat desa Sukajadi?

Jawab : Secara keseluruhan citra adalah bagaimana suatu perusahaan membangun citra positif. Namun sejak awal PT. Pertamina mengimplementasikan program CSR di Desa Sukajadi maka citra perusahaan semakin meningkat meningkat di kalangan masyarakat khususnya Desa Sukajadi..

Angket Penelitian Skripsi

No. Angket :

Nama Peneliti : Bambang Sutejo

Intitusi : Uin Suska Riau

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Penelitian : Implementasi Progam CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT.

Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning

Dalam Menciptakan Citra Positif Di Kalangan Masyarakat Desa Sukajadi
Bukit Batu Kabupaten Bengkalis.

Kecamatan

Umur Responden :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Penghasilan Perbulan : a. Rp 500.000 – 1000.000

b. Rp 1000.000 – 1500.000

c. Rp 1500.000 – 2000.000

d. Diatas Rp 2000.000

Lingkari jawaban anda Yang Benar Menurut Anda (Jawabab Anda Dirahasiakan)

-
1. PT.Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan Pembinaan terhadap pengusaha peternak itik telur di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Saya merasa keadaan ekonomi saya semangkin membaik setelah saya mengelola usaha itik petelor.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. PT.Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan Pembinaan terhadap pengusaha peternak itik telur di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Namun setelah itu PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha itik telur yang diberikan kepada kami.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
3. Pada saat sekarang ini itik kami hampir berumur 15 bulan, sehingga tidak mampu memproduksi telur secara maksimal. Oleh karena itu kami meminta agar Pertamina menyediakan mesin penetas telur, namun tidak ada tanggapan sama sekali dari pihak perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
4. PT.Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan Pembinaan terhadap pengusaha Tenun Songket di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Saya merasa keadaan ekonomi saya semakin membaik setelah saya mengelola usaha tenun songket.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
5. PT.Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan Pembinaan terhadap pengusaha tenun songket di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu. Namun setelah itu PT Pertamina tidak pernah lagi melakukan pembinaan terhadap usaha Tenun Songket yang diberikan kepada kami.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

6. Selama ini kami menggunakan mesin tenun kecil, Kami sangat membutuhkan mesin tenun yang lebih besar. Oleh karena itu kami meminta agar Pertamina menyediakan mesin tenun yang lebih besar, namun tidak ada tanggapan sama sekali dari pihak perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
7. Dengan dilaksanakan progam CSR oleh Pertamina kami tidak lagi sulit memasarkan hasil usaha yang kami kelola. Karena Pertamina telah menyediakan tempat pemasarannya.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
8. PT.Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan Pembinaan terhadap pengusaha peternak itik telur dan tenun songket di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu, Kemudian Pertamina membantu mencari tempat pemasaran produk usaha yang dikelola.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
9. Kami berhasil mengembangkan usaha yang diberikan PT Pertamina, namun kami sulit untuk memasarkan hasil produk kami. Karena Pertamina tidak serius dalam menjalankan progamnya.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

10. Dengan dilaksanakan program Corporate Social Responsibility (kegiatan-kegiatan seperti diatas) yang diberikan oleh PT.Pertamina RU II kepada Masyarakat Desa Sukajadi, maka timbul pemahaman saya terhadap perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
11. Dengan dilaksanakan program Corporate Social Responsibility (kegiatan-kegiatan seperti diatas) yang diberikan oleh PT.Pertamina RU II kepada Masyarakat Desa Sukajadi, maka saya semakin mengenal dan mengetahui keadaan perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
12. Dengan dilaksanakan program CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, membuat saya semakin mengerti terhadap keinginan perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
13. Dengan dilaksanakan program Corporate Social Responsibility (kegiatan-kegiatan seperti diatas) yang diberikan oleh PT.Pertamina RU II kepada Masyarakat Desa Sukajadi. Saya semakin percaya bahwa Pertamina merupakan perusahaan yang memiliki reputasi / nama baik.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

14. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, ternyata pertamina hanya mencari keuntungan berupa materi terhadap usaha yang kami kelola.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
15. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, saya merasa bangga telah menjadi mitra perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
16. Dengan dilaksanakan progam Corporat Social Reponsibility (kegiatan-kegiatan seperti diatas) yang diberikan oleh PT.Pertamina RU II kepada Masyarakat Desa Sukajadi. maka saya semakin percaya terhadap perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
17. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, maka saya akan berupaya untuk selalu menimbulkan sikap yang menyenangkan bagi perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

18. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, saya memiliki pandangan bahwa pertamina sangat peduli terhadap masyarakat disekitar wilayah perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
19. Dengan dilaksanakan progam Corporat Social Reponsibility (kegiatan-kegiatan seperti diatas) yang diberikan oleh PT.Pertamina RU II kepada Masyarakat Desa Sukajadi. saya akan selalu beritikad baik, bertoleransi, dan akan menjadi tetangga perusahaan yang baik.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
20. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, saya akan terus bekerja sama dengan perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
21. Dengan dilaksanakan progam CSR Tersebut oleh PT.Pertamina RU II di Desa Sukajadi, Saya akan terus memberikan dukungan terhadap perusahaan.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-Ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju